

## ABSTRAK

**Reyva Nabila Fatimah, “Strategi Produksi Mempertahankan Eksistensi I-Radio Bandung (Studi Kualitatif Pada Program Feature Jalan SoreSore 105.1 FM I-Radio Bandung)”**

Stasiun Radio merupakan sarana media publik yang sangat strategis dalam mengembangkan dan menyajikan segala informasi baik itu berita, iklan dan musik. Hal itu pula yang dilakukan oleh 105.1 FM I-Radio Bandung dengan menyajikan program Jalan SoreSore yang dikemas dalam bentuk feature yang informatif serta menghibur. Dalam menyajikan program tersebut, dibutuhkan strategi produksi sebuah program siaran. Sehingga dapat menghasilkan program yang dapat diterima dan dinikmati oleh pendengar serta mampu bersaing dengan media lainnya untuk mempertahankan eksistensi media tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) strategi pra-produksi program Jalan SoreSore di I-Radio Bandung, 2) strategi produksi program Jalan SoreSore di I-Radio Bandung dan 3) strategi pasca-produksi program Jalan SoreSore di I-Radio Bandung sesuai dengan konsep strategi produksi program dari Morissan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori Hirarki Pengaruh Isi Pesan Media yang dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Subjek penelitian ini adalah produser / *creative assistant* / reporter dan penyiar program. Data diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan observasi dan dianalisis dengan reduksi data, *display* atau sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) strategi pra-produksi program Jalan SoreSore terdiri dari kegiatan mencari dan menentukan tempat yang akan diliput, peninjauan lokasi, membuat jadwal liputan dan *briefing* yang didalamnya terdapat tingkatan pengaruh organisasi media (*organization level*) dan individu pekerja media (*individual level*). 2) strategi produksi program dengan kegiatan melakukan liputan, menyiapkan alat *recording*, proses rekaman (*taping*) dan pengecekan hasil rekaman yang dalam beberapa kegiatannya terdapat tingkatan pengaruh rutinitas media (*media routines level*) pengaruh luar media (*outside media level*) dan pengaruh individu pekerja media (*individual level*). 3) strategi pasca-produksi memiliki kegiatan penyuntingan (*editing*), pengisian suara (*manipulating*), pencampuran suara (*mixing*), promosi program, disiarkannya program dan evaluasi dengan adanya pengaruh individu pekerja media (*individual level*).

**Kata Kunci: Radio, Program Feature, Strategi Produksi**